



## MINI-MBA GESTÃO EM MARKETING DIGITAL

VÁLIDO PARA EFEITO DO CUMPRIMENTO DAS 35 HORAS DE FORMAÇÃO OBRIGATORIA DE ACORDO COM O CÓDIGO DO TRABALHO

### APRESENTAÇÃO DO CURSO

Pretende criar uma empresa, lançar um negócio, ou é um empresário que pretende estar melhor preparado para gerir a sua empresa num clima de incerteza e adversidade?

Obtenha competências técnicas, actualizadas e com uma forte vertente prática no domínio do Marketing Digital.

Ao concluir o Mini-MBA em Gestão do Marketing Digital irá obter uma visão digital do negócio. Deste modo será capaz de desenvolver uma estratégia de marketing digital 360º com vista a obter resultados de excelência nas Organizações e Empresas.

### OBJETIVOS

Obter competências técnicas, actualizadas e com uma forte vertente prática no domínio do Marketing Digital.

O formando ao concluir o Mini-MBA em Gestão do Marketing Digital irá obter uma visão digital do negócio. Deste modo será capaz de desenvolver uma estratégia de marketing digital 360º com vista a obter resultados de excelência nas Organizações e Empresas.

Em termos mais específicos, com a frequência do Mini-MBA em Gestão do Marketing Digital será capaz de:

- » Dominar os meios e as ferramentas digitais e o enquadramento publicitário online;
- » Gerir campanhas SEM e PPC;
- » Ter uma estratégia de Marketing pago em motores de busca: Google Adwords;
- » Aprender as estratégias e acções necessárias para obter um excelente posicionamento da Empresa, do produto ou do serviço nos principais motores de busca;
- » Definir os principais KPI's e métricas para cada canal e da estratégia de marketing online;
- » Levar a cabo uma otimização contínua da rentabilidade empresarial, mediante criação de Landing Pages, Web Analítica e Testes A/B;
- » Desenvolver e aplicar estratégias de comunicação nas Redes Sociais. Gerir Comunidades, medir e interpretar os resultados nas redes sociais;
- » Dominar as principais regras e ferramentas do Marketing de Conteúdos;
- » Utilizar as ferramentas e gerir as campanhas de e-mail de marketing, display e afiliação;
- » Criar campanhas mobile marketing, Elaborar estratégias social-local-mobile (SoLoMo).
- » Aplicar as potencialidades crescentes do comércio eletrónico (e-commerce)

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### MÓDULO 1

#### INTRODUÇÃO AO MARKETING

- » Origem e evolução do Marketing
- » Transição do marketing tradicional para o digital
- » Integrar o marketing tradicional e digital

### MÓDULO 2

#### MARKETING RELACIONAL

- » Conceitos e fundamentos do Marketing Relacional
- » Princípios da gestão de relações com clientes no ambiente digital
- » Fundamentos do Social Media Intelligence
- » Estratégia por públicos

### MÓDULO 3

#### ESTRATÉGIA NO MARKETING DIGITAL

- » Estratégia de Marketing Digital
- » Criação do plano de Marketing Digital e Social Media
- » Definição das ferramentas a utilizar
- » Diagnóstico à presença digital e análise da concorrência
- » Caso Prático

### MÓDULO 4

#### MARKETING EM MOTORES DE BUSCA

- » Funcionamento dos motores de busca
- » Princípios do SEO
- » Publicidade On-line: Sistema "Pague Por Clique" (Google Adwords)
- » O que são landing pages
- » Analítica web

### MÓDULO 5

#### SOCIAL MEDIA, REDES SOCIAIS E C.M

- » O ecossistema dos social media
- » Estratégia de comunicação em social media
- » As plataformas de comunicação nas redes sociais
- » Plataformas de criação de redes, wikis, blogs e microblogging
- » Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram
- » Analítica aplicada aos social media
- » Community management
- » Caso Prático

### MÓDULO 6

#### MOBILE MARKETING

- » Compreender o consumidor mobile
- » Tendências do mobile marketing
- » Responsive design
- » Publicidade mobile
- » Apps
- » Marketing direto em telemóveis: códigos, cupões e mensagens
- » Conceito SoLoMo

### MÓDULO 7

#### LOJAS ONLINE

- » Criação da loja online
- » Legislação e cumprimentos do regulamento de proteção de dados
- » Medidas de Segurança
- » Métodos de pagamento
- » Criação de Conteúdos
- » Campanhas de Publicidade
- » Análise de métricas para acompanhar o retorno do investimento



## MÓDULO 8

### E-MAIL MARKETING

- » Plataformas de e-mail marketing
- » Desenvolvimento de Conteúdos de valor
- » Campanhas de e-mail marketing
- » Newsletter
- » Análise de estatísticas
- » Legislação e cumprimentos do regulamento de proteção de dados

## MÓDULO 9

### CRIAÇÃO DE LANDING PAGES

- » Plataformas de criação de Landing Pages
- » Criação de conteúdos atrativos
- » Otimização da Landing Page

## AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua. Cada módulo é avaliado através da combinação de testes e desenvolvimento de casos práticos.

## DESTINATÁRIOS

Todos aqueles que pretendam criar uma empresa, lançar um negócio, empresários que pretendem estar melhor preparados para gerir a sua empresa num clima de incerteza e adversidade, estudantes universitários com perfil de empreendedores, etc.

## FORMADORES

### MESTRE PEDRO MODESTO

Mestre em Marketing Digital pelo Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. Licenciado em Marketing pelo Instituto Politécnico de Leiria. Formador Certificado pelo IEFP. Com vasta experiência de mais de 15 anos, nas áreas de Marketing e Comercial em empresas de ambiente multinacional, atualmente desempenha o cargo de Consultor em Marketing Digital, estando a trabalhar com diversas empresas, em projetos com aplicação de técnicas em desenvolvimento, implementação, monitorização e otimização de campanhas de marketing digital.

## CERTIFICAÇÃO

Será emitido um Certificado de Formação Profissional através da SIGO, tal como previsto na Portaria nº 474/2010, de 8 de Julho, que será atribuído aos formandos com um nível de presenças superior ou igual a 75%.

Este Certificado é válido para efeito do cumprimento das 35 horas de formação obrigatória, de acordo com o Código do Trabalho.

